higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

REKLAME EN PROMOSIES
NKR VLAK 2

(3041012)

15 November 2024 (Y-vraestel)
13:00–16:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.

174Q1N2415

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
REKLAME EN PROMOSIES
NKR VLAK 2
TYD: 3 UUR
PUNTE: 150

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord al die vrae.
2. Lees al die vrae aandagtig deur.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
4. Begin elke afdeling op ’n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs ’n swart of blou pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK te skryf.

1.1.1 Die kreatiewe proses sluit die manier in waarop die advertensie die boodskap by die klant kry.

1.1.2 Kreatiewe werk word geëvalueer gebaseer op verkope, bewustheid of oorredende impak.

1.1.3 Kreatiewe strategieë werk omdat dit gedrag verander.

1.1.4 ’n Goeie strategie begin met die identifisering en verklaring van doelwitte.

1.1.5 Produksamestelling handel oor verskillende maniere om ’n gemengde strategiese mengsel van kommunikasiemetodes te gee om met die klant te kommunikeer.

1.1.6 Selfgeldend beteken om meer werk in minder tyd en met minder insette te doen.

1.1.7 Premiumprysing verwys na lae pryse wanneer luukse goedere bekendgestel word.

1.1.8 Die gesprek tussen die personeel en die klant word as klantedialoog beskou.

1.1.9 Klante is noodsaaklik vir die oorlewing van enige organisasie of besigheid.

1.1.10 Klante moet altyd vinnig gehelp en met respek hanteer word.

(10 × 1) (10)

1.2 Voltooi die volgende sinne deur ’n woord of woorde uit die lys hier onder te kies. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK.

beleid; klagte; visualisering; mededingingsvoordeel; etiek; grafika; SMS; direkte pos; planogram; doelwit

1.2.1 … verwys na die voorstelling hoe die advertensie sal lyk.

1.2.2 Prente, tekeninge, foto’s en beelde in ’n advertensie staan bekend as …

1.2.3 … is ’n kort teks wat as advertensies gestuur word, veral vir spesiale aanbiedings of afslag.

1.2.4 … vorm word ingevul wanneer ’n klant nie tevrede is met die dienste wat van die besigheid ontvang is nie.

1.2.5 ’n Brief wat per pos gestuur word om ’n mens aan te moedig om te koop, is …

1.2.6 ’n Visuele voorstelling van hoe die bemarkingsbestuurder wil hê die uitstalling moet lyk, word die ... genoem.

1.2.7 Die bemarkingsbestuurder moet eers die ... van die algehele strategie vestig.

1.2.8 … het te doen met wat reg en verkeerd is en om in staat te wees om te weet wat die verskil is.

1.2.9 … gee leiding hoe ’n maatskappy sy besigheid uitvoer en is die basis vir sy besluitneming.

1.2.10 … verwys na ’n organisasie se vermoë om uit te staan teenoor die mededingers.

(10 × 1) (10)

1.3 Kies ’n term uit KOLOM B wat pas by ’n beskrywing in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommer (1.3.1–1.3.10) in die ANTWOORDBOEK.

KOLOM A		KOLOM B	
1.3.1	Dokument wat die boodskap duidelik verklaar wat die maatskappy wil hê die advertensie aan die klant moet gee	A	veldtog
		B	etikettering
		C	publisiteit
1.3.2	Woorde wat in ’n advertensie gebruik word	D	perke van gesag
		E	kopie
1.3.3	Georganiseerde handelswyse om openbare belangstelling uit te lok	F	chroniese klaers
		G	aktiviste
1.3.4	Die 'wat', 'waar' en 'hoe' van advertering	H	opdrag
1.3.5	Om ’n prys aan ’n item aan te bring	I	begroting
		J	taktiek
1.3.6	Dit is een van die faktore wat die promosiesamestelling affekteer		
1.3.7	’n Nuusartikel wat vol nuus oor ’n maatskappy is		
1.3.8	Klante wat hulle klagtes so openbaar as moontlik maak		
1.3.9	Tipe klant wat nooit tevrede is nie		
1.3.10	Om te weet wat gedoen kan word en wat nie wanneer ’n klant hanteer word		

(10 × 1) (10)
[30]

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 2

Lees die paragraaf hier onder en beantwoord die vrae.

Effektiewe kommunikasie is 'n noodsaaklike deel van 'n maatskappy. Promosies, promosiehulpmiddels en die promosiesamestelling werk alles saam om 'n suksesvolle bemarkingsveldtog te skep. 'n Maatskappy moet in staat wees om met sy klante, werknemers, verskaffers, plaaslike owerhede, beleggers en die gemeenskap te kommunikeer. Bemarkers het nou 'n bondel kommunikasiemetodes om te gebruik wat promosies genoem word.

2.1 Definieer die volgende woorde:

2.1.1 Promosie

2.1.2 Advertering

(2 × 2) (4)

2.2 Promosie-aktiwiteite is belangrik vir 'n besigheid.

Wat is die voordele van promosie-aktiwiteite? (2 × 2) (4)

2.3 Besighede gebruik verskillende promosiehulpmiddels en -metodes.

2.3.1 Noem DRIE van hierdie metodes/hulpmiddels. (3 × 1) (3)

2.3.2 Gee EEN voorbeeld van elk van die metodes/hulpmiddels wat in VRAAG 2.3.1 genoem word. (3 × 1) (3)

2.4 Die sukses van enige besigheid hang van die kwaliteit van sy werknemers af.

2.4.1 Noem DRIE kenmerke wat 'n werknemer moet hê. (3)

2.4.2 Gee DRIE riglyne om 'n goeie luisteraar te word. (3)

2.4.3 Wat is die voorbeelde van positiewe lyftaal? (3 × 1) (3)

2.4.4 Gee die riglyne oor hoe werknemers hulle tyd doeltreffend moet bestuur. (3 × 1) (3)

2.5 Seksuele teistering moenie in die werkplek toegelaat word nie:

2.5.1 Wat is seksuele teistering? (2)

2.5.2 Gee TWEE voorbeelde van gedrag wat as seksuele teistering beskou word. (2)

[30]

VRAAG 3

Bestudeer die advertensie hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *www.google/images.co.za*]

3.1 Gee die komponente/elemente van 'n kreatiewe strategie. (5 × 1) (5)

3.2 Noem VYF kreatiewe taktieke wat geld vir die tipe advertensie wat hier bo getoon word. (5)

3.3 Die media wat hier bo getoon word, word deur baie besighede verkies.

3.3.1 Gee DRIE voordele van hierdie media. (3)

3.3.2 Noem VIER ander tipe media wat gebruik kan word om te adverteer. (4)

3.4 Oorreding is belangrik in advertensies.

3.4.1 Definieer *oorreding.* (2)

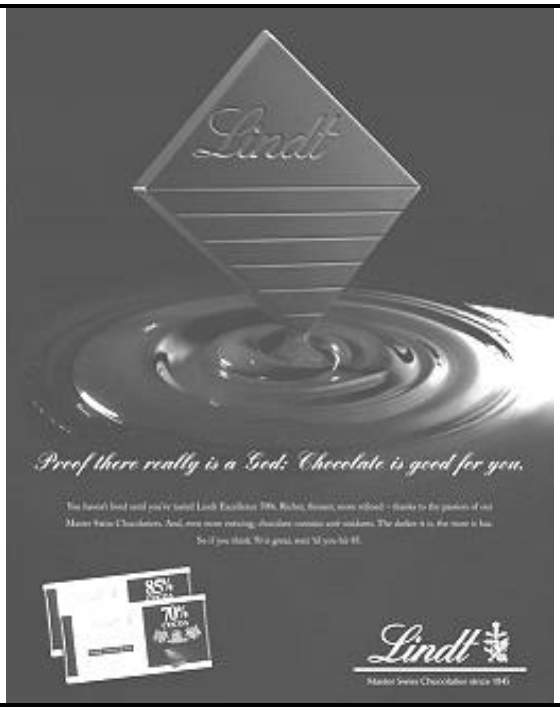
3.4.2 Noem DRIE elemente wat teenwoordig moet wees wanneer 'n advertensie ontwerp word. (3)

3.4.3 Verduidelik die vereistes van oorredende advertering. (4 × 2) (8)

[30]

VRAAG 4

Bestudeer die advertensie hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *www.google/images.co.za*]

4.1 Evalueer die advertensie hier bo en verduidelik hoe dit aan die AIDA-beginsel voldoen. (4 × 2) (8)

4.2 Advertensies moet op die teikengehoor gemik wees.

4.2.1 Definieer *teikengehoor*. (2)

4.2.2 Wat is die faktore wat oorweeg moet word wanneer ’n teikengehoor geïdentifiseer word? (6 × 1) (6)

4.3 Noem VIER maniere waarop terugvoer oor die bogenoemde advertensie van klante verkry kan word. (4 × 1) (4)

4.4 Klante moet aan verkoopspromosie-aktiwiteit blootgestel word wanneer hulle in die winkel is.

4.4.1 Definieer *verkoopspromosie.* (2)

4.4.2 Gee TWEE voorbeelde van verkoopspromosiemetodes. (2)

4.5 Jy is deur Woolworths gevra om ’n promosiestrategie te ontwikkel.

Gee voorbeelde van die promosiedoelwitte wat die strategie wil bereik. (3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 5

Lees die paragraaf hier onder en beantwoord die vrae.

5.1 Swak diens maak klante ongelukkig. Daar word geskat dat vir elke ontevrede klant 10 meer mense oor die swak diens sal uitvind. Swak diens ly uiteindelik tot 'n swak beeld en verlies aan besigheid vir die maatskappy en werksverliese vir werknemers.

5.1.1 Elke besigheid moet daarna streef om uitstekende diens aan klante te bied.

Wat is *diensuitnemendheid*? (2)

5.1.2 Gee SES riglyne oor hoe 'n besigheid diensuitnemendheid kan bereik. (6)

5.1.3 Noem VIER faktore wat die tipe diens kan affekteer wat aan die klant gebied word. (4)

5.1.4 Onderskei tussen 'n *platinum* klant en 'n *yster* klant. (2 × 2) (4)

5.2 Om seker te maak dat promosie-uitstallings suksesvol is, moet hulle behoorlik beplan word.

5.2.1 Watter faktore moet oorweeg word wanneer promosie-uitstallings gebou word? (5 × 1) (5)

5.2.2 Noem VYF faktore om te oorweeg wanneer promosie-uitstallings in stand gehou word. (5)

5.3 Gee TWEE redes waarom verkoopspromosies belangrik is vir 'n organisasie. (4)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou